

## DAFTAR PUSTAKA

- Akpoyomare, O. Ben, Adeosun, L. P. K., & Ganiyu, R. A. (2013). The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages Industry: A Study of Lagos Metropolis. *American Journal of Business and Management*, 2(1), 196. <https://doi.org/10.11634/216796061706211>
- Agape, N (2019). Analisis Kepercayaan Sebagai Variabel *Moderating* pada Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Daring di Tokopedia.
- Antasari, R. A. (2020). Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Kabupaten Semarang dengan Media Promosi Iklan Sebagai Variabel *Moderating*. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/8228>
- Arumsari, D. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Aqua. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Undip*, 1(1), 1–80.
- Dewi, M. K., & Rahadhini, M. D. (2013). Efek Moderasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(1), 1–13.
- Erni Widajanti, D. (2015). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rokok Djarum Super dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(3), 354–366.
- Fristiana, D. A. (2000). Mengevaluasi Kualitas Layanan Jasa Dengan Menggunakan Model 4D. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 59–67. <https://doi.org/10.9744/jmk.2.2.pp.59-67>
- Ghozali, I. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Press.
- Hanif, A. (2015). Pengaruh *Brand Image*, Harga, Atribut Produk, Ekuitas Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumendi Toko Metto Fashion Boyolali. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 39(1), 12–15.
- Kotler dan K.L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi kedua belas. jilid 1. PT Index. kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler P, dan G. Armstrong. 2008. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. *Principles of Marketing*. Eleventh Edition, Pearson Prentice Hall , New Jersey.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2011). 10th Edition. "Marketing an Introduction". Indonesia: Perason.
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education. Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2011). 10th Edition. "Marketing an Introduction". Indonesia: Perason.
- Kusuma, A., & Dewi, H. K. (2017). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA ( STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI KELURAHAN BARURAMBAT TIMUR , Adriani Kusuma Hetti Kurnia Dewi Universitas Madura ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh. *Jurnal Makro Manajemen*, 2(2), 234–257.
- Mahardika, B. W., & Firmansyah, M. A. (2018). *PENGARUH FAKTOR-FAKTOR LINGKUNGAN KERJA INTERNAL DAN PEKERJAAN TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA PT. WARNATAMA CEMERLANG GRESIK*. XV(2).
- Malonda, Joyce, & Yunita (2018). ANALISIS CITRA MEREK, HARGA PRODUK DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG PADA SELURUH GERAJ-GERAJ DI IT CENTER MANADO.
- Ortega, Daniel dan Anas Alhifni. 2017. Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol.5. No.1.
- Rahmawati, V. (2014). Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal sebagai ariabel Moderating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*, 1–9.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saidani, B., & Ramadhan, D. R. (2013). Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Pelanggan ITC Roxy Mas). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(1), 53–73.  
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/778>

- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta. Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset. Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset. Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2015 . *Brand Management & Strategy*. Yogya karta : Andi
- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). *How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers*. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.10094>